

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Melaksanakan suatu kegiatan penelitian harus mengacu pada penelitian-penelitian yang telah dilakukan. Sehingga dengan begitu pelaksanaan penelitian dapat lebih optimal. Adapun penelitian yang relevan dengan penelitian ini mengenai bentuk *sexual harassment* terhadap perempuan di media sosial (studi pada platform media sosial *instagram*) diantaranya adalah :

Tabel 0.1 Penelitian Terdahulu.

No.	Nama Peneliti, Judul, dan Tahun Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi
1.	Siti Amira Hanifa. “Wacana Kekerasan Seksual Di Dunia Akademik Pada Media Online.” Pada tahun 2018	Hasil penelitian tersebut ialah ditemukan bahwa Tirto.id sebuah portal berita online mengkritisi ketimpangan regulasi pada institusi pendidikan yang mendominasi penyintas terkait kekerasan seksual. Hal tersebut menyebabkan sulitnya tindak kekerasan seksual yang dipayungi relasi kuasa ini untuk diungkap. Selain itu hal tersebut diperparah dengan stigma yang berkembang di masyarakat terkait penyintas. Masyarakat masih terbiasa menyalahkan penyintas lebih banyak dibandingkan pelaku kekerasan seksual itu sendiri. Hal tersebut menyebabkan trauma mendalam bagi penyintas dan menjadi	Dengan demikian relevansi hasil penelitian ini ialah terdapat kemiripan terhadap penelitian yang akan dilakukan peneliti. Bawasannya penelitian ini mengkaji sebuah portal berita online yang memberitakan isu kekerasan seksual.

		memilih untuk bungkam.	
Perbedaan : Penelitian yang akan dilakukan oleh Siti Amira Hanifa dilakukan dalam Media <i>Online</i> dengan mengambil objek portal berita <i>online</i> . Sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti ini menggunakan media sosial untuk dikaji.			
2.	Freyna Nur Rosyidah dan M. Fadhil Nurdin. “Perilaku Menyimpang Media Sosial Sebagai Ruang Baru dalam Tindak Pelecehan Seksual Remaja”. Pada tahun 2018	Dalam hasil penelitiannya menyebutkan bahwa perkembangan teknologi komunikasi dan informasi memberikan kemudahan dalam berinteraksi. Kehadiran media sosial sebagai bukti perkembangan teknologi komunikasi memberikan pengaruh terhadap remaja. Penggunaan yang tidak mendapat pengawasan dan perhatian dari lingkungan sekitarnya akan memicu terjadinya perilaku-perilaku menyimpang. Pelecehan seksual adalah salah satu bentuknya, tindak pelecehan secara verbal di dunia maya terhadap perempuan, baik seksual maupun non-seksual yang terjadi merupakan bentuk kebiasaan yang direproduksi. Pelecehan verbal terhadap perempuan masih sama, hanya bentuknya saja yang berbeda. Kata-kata yang dahulu diucapkan secara langsung sekarang berubah bentuk menjadi tulisan. Rayuan dan godaan yang tidak menyenangkan di media sosial dapat dilakukan dengan berbagai cara (<i>chat</i> , <i>direct message</i> , dan komentar) masih sama mengganggunya dengan godaan dan siulan para oknum di jalanan.	Dalam penelitian ini juga relevan terhadap penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, karena terdapat relevansi bahwa adanya pelecehan seksual yang dilakukan para remaja di media sosial terhadap perempuan.

Perbedaan : Penelitian yang dilakukan oleh Feryna Nur dan M. Fadhil pada tahun 2018 mengkaji penyebab perilaku menyimpang didalam media sosial yang berakibat dalam tindak pelecehan seksual remaja. Berbeda dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti bahwa peneliti menggunakan media sosial instagram sebagai objek penelitian.			
3.	Yayan Sakti Suryandaru. Pada Tahun 2017. Dengan judul “Pelecehan Seksual melalui Media Massa”	Hasil Penelitian tersebut menyampaikan bahwa media memiliki fungsi sebagai media massa rekreatif atau informatif. Media massa rekreatif dijalankan dengan <i>positioning</i> dasar sebagai penyedia informasi fiksional yang berfungsi untuk memenuhi kecenderungan subjektif atau imajinatif. Begitu pula media massa informatif dengan <i>positioning</i> dasar sebagai penyedia informasi factual untuk keperluan objektif yang berfungsi sosial bagi khalayaknya. Terkadang pengelola media menjalankan fungsi yang menyimpang secara taktis. Seperti ketika informasi factual disampaikan hanya untuk menghibur atau informasi fiksional dimaksudkan untuk membawa konsumen ke dunia objektif. Dalam iklan stimulan seksual, misalnya kedua hal ini bisa terjadi. Artinya media yang biasa memuat iklan jenis ini hanya menjadikan informasi faktual yang disampaikannya (kriminal, politik, sosial, atau perklenikan) bertujuan untuk meghibur khalayaknya (hanya sebagai selingan). Informasi tentang kemanfaatan stimulant seksual yang belum	Dari pemaparan hasil penelitian Yayan Sakti maka terdapat relevansi terhadap penelitian yang akan dilakukan peneliti bawasannya terdapat pelecehan seksual terhadap namun ini terjadi di media massa dan hal tersebut juga mengakibatkan bias gender yang itu merugikan para perempuan.

		bisa dibuktikan kebenarannya secara medis diarahkan untuk dipercayai oleh pembaca sebagai informasi yang benar (objektif). Disisi lain, posisi makna produk media bisa menjadi medium legitimasi untuk sebuah perubahan tata nilai dan norma dalam masyarakat.	
Perbedaan : Penelitian yang dilakukan Yayan Sakti dilakukan dalam media massa dengan mengkaji beberapa iklan. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti mengkaji komentar-komentar, postingan foto atau video didalam media sosial <i>instagram</i> .			
4.	Risa Indrasty Darajat Wibawa & Rojudin. "Gender dalam kasus kekerasan terhadap perempuan di Media Online" Pada tahun 2018	Hasil penelitian tersebut ialah posisi perempuan dalam wacana pemberitaan yang ditulis oleh Pojoksulsel.com adalah dominan sebagai objek pemberitaan, sedangkan yang berada diposisi subjek pemberitaan adalah redaksi Pojoksulsel.com dan polisi. Teks yang ditampilkan dalam pemberitaan bahwa sepenuhnya mengikuti pandangan subjek. Dimana semua keterangan dan kronologi peristiwa didapatkan oleh tersangka laki-laki, yang kemudian keterangan tersebut menjadi satu-satunya kebenaran mutlak atau satu-satunya keterangan yang paling diyakini. Pojoksulsel.com berperan sebagai pihak yang menentukan wacana perempuan yang digambarkan dalam kasus pembunuhan Eno. Pojoksulsel.com dengan bebas menggambarkan penyebab Eno dibunuh dengan memperlihatkan sifat	Dalam penelitian ini terdapat relevansi terhadap penelitian yang akan dilakukan bawasannya perempuan kerap mengalami pelecehan seksual termasuk dalam pemberitaan media online.

		<p>dan perilaku negatif perempuan. Penggambaran bentuk-bentuk kekerasan yang dilakukan terhadap Eno korban kekerasan terhadap perempuan yang ditampilkan dalam teks di situs Pojoksulsel.com adalah sangat mendetail dan mengandung unsure sadisme. Wanita dalam pemberitaan digambarkan mendapatkan bentuk-bentuk kekerasan berupa kesengsaraan atau penderitaan secara fisik. Berupa penganiyaan bagian-bagian tubuh korban kemudian kekerasan seksual yang berupa paksaan berhubungan intim tanpa persetujuan atau pemerkosaan. Kekerasan yang menyebabkan penderitaan secara psikis berupa tekanan, paksaan, pelecehan secara verbal.</p>	
<p>Perbedaan : Penelitian yang dilakukan Rissa Indrasty, Darajat & Rojudin meneliti dalam media online dengan mengkaji portal berita online yaitu pojoksulsel.com. Berbeda dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu mengkaji pada platform media sosial <i>instagram</i>.</p>			
5.	<p>Yudawarti Hayuningtyas “Konstruksi Berita Perempuan Dalam Media Online (Analisis framing Berita Perkosaan yang dilakukan oleh Sastrawan Sitok Srengenge di Media Online Tempo dan Republika Periode November-Desember 2013)”</p>	<p>Hasil penelitian tersebut ialah bawasannya dari arah kecenderungan pembingkaiian pemberitaan, Tempo memiliki kecenderungan arah satu pihak yaitu Sitok Srengenge dengan memberikan ruang pemberitaan yang lebih tanpa menampilkan suara korban. Bahkan memiliki indikator yang meyudutkan perempuan sebagai korban perkosaan dalam pemberitaanya kembali</p>	<p>Dengan demikian penelitian ini relevan yaitu bawasannya perempuan juga mengalami ketidakadilan dalam pemberitaan tentang pelecehan seksual dimana perempuan ini menjadi korban dalam kejadian tersebut. Namun perempuan yang disudutkan dalam</p>

	<p>Pada tahun 2017.</p>	<p>mendapatkan perlakuan eksploratif. Dapat dilihat dari teks yang tidak memuat kejelasan hukuman atau sanksi bagi pelaku tindak amoral tersebut. Lalu jika dilihat dari seleksi sumber yang digunakan, Tempo tidak berusaha menggali fakta yang sebenarnya terjadi. Sedangkan Republika memiliki arah kecenderungan pemberitaan pada pihak RW karena dinilai sebagai korban hingga harus diusahakan subjektif mungkin dalam pemberitaannya dengan menggali lebih dalam kejadian sebenarnya. Lebih lanjut walaupun Republika memiliki arah kecenderungan pemberitaan pada pihak RW tetapi jika dilihat dari seleksi sumber yang digunakan Republika tetap menampilkan informasi tidak hanya dari satu sudut pandang agar didapat kedalaman suatu informasi. Dengan demikian semakin menyakinkan bahwa dalam pemberitaan media massa tidak mungkin ada media yang bersikap netral artinya tidak berpihak pada salah satu golongan tertentu ketika memberitakan sebuah kasus atau isu terhadap dugaan tertentu. Karena tanpa disadari dengan adanya pemilihan judul, kata, penempatan penonjolan, seleksi, isu dan pemilihan narasumber dilihat sebagai upaya keberpihakan sebuah</p>	<p>kejadian tersebut sebagai upaya media mencari kecenderungan keberpihakan terhadap pelaku.</p>
--	-------------------------	---	--

		media.	
Perbedaan : Penelitian yang dilakukan Yudawarti pada tahun 2017 menggunakan metode analisis framing untuk mengkaji sebuah portal berita online yaitu Tempo dan Republika. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti menggunakan metode <i>analysis content</i> untuk mengkaji platform media sosial <i>instagram</i> .			

2.2 Kajian Pustaka

2.2.1 Media Sosial

Teknologi internet menyebabkan munculnya media sosial yang memudahkan khalayak dalam berinteraksi. Komunikasi yang biasanya secara tatap muka dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun tanpa ada batasan dengan dukungan media-media sosial yang ada seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Path* dan media sosial lainnya. Williamsom sebagaimana dikutip Widjajanto (2013:143) menyatakan bahwa media sosial adalah media yang didesain untuk menyebarkan pesan melalui interaksi sosial dan dibuat dengan teknik-teknik publikasi yang sangat mudah diakses dan berskala besar. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media broadcast, maka media sosial menggunakan internet.

Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan *feedback* secara terbuka, memberi komentar serta berbagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Teknologi internet dan *mobile phone* semakin maju maka media sosialpun ikut tumbuh dengan pesat. Kini untuk mengakses instagram misalnya bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan sebuah mobile phone. Demikian

cepatnya orang bisa mengakses media sosial mengakibatkan terjadinya fenomena besar terhadap arus informasi tidak hanya di Negara-negara maju. Tetapi juga di Indonesia, karena kecepatannya media sosial juga mulai tampak menggantikan peranan media massa konvensional dalam menyebarkan berita-berita.

Dengan munculnya beberapa platform media sosial banyak pengguna yang memanfaatkannya sebagai sarana untuk berinteraksi dengan teman, berbagi tugas-tugas sekolah, bermain game, atau sekedar mengisi waktu luang.

A. Fungsi Sosial, Media Sosial Memiliki Beberapa Fungsi Sebagai Berikut :

1. Sosial media adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia menggunakan internet dan teknologi web.
2. Sosial media berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak *audience (one to many)* menjadi praktik komunikasi dialogis antar banyak *audience (many to many)*.
3. Sosial media mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi. Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri (Dalam, Ardiansyah 2018).

B. Jenis-Jenis Media Sosial :

Jenis media sosial bisa berdasarkan model jaringan, karakteristik pengguna, sampai berdasarkan pada file atau berkas apa saja yang disebar (sharing) diantara penggunanya. Nasrullah dalam buku Media Sosial (2015: 39-47) membagi enam kategori besar jenis media sosial yaitu :

1. *Social Networking* adalah media sosial yang paling populer. Media sosial ini memungkinkan pengguna untuk berinteraksi satu sama lain secara real time.

2. *Blog* merupakan media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah aktivitas keseharian, saling mengomentari dan berbagi.
3. *Microblogging* adalah jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mempublikasi aktivitas serta pendapatnya, seperti *Twitter* yang menyediakan 140 karakter untuk penggunanya.
4. Media *sharing* merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunaannya untuk berbagi media, mulai dari dokumen, video, audio, gambar, dan lainnya.
5. *Social Bookmarking* adalah media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau berita secara online.
6. *Wiki* merupakan media atau situs web yang secara program memungkinkan para pengguna berkolaborasi untuk membangun konten secara bersama.

Media sosial dalam buku *Communication In Our Lives*, oleh Julia T woods dikatakan bahwa *blogs open new possibilities for interacting and building comuntiy*, 2009:316 (Dalam, Aprilia 2016). Yang dimaksud oleh Julia adalah media sosial membangun banyak kemungkinan mengenai interaksi didalamnya dan juga kemampuan untuk membuat sebuah komunitas baru.

Solis dalam bukunya *Engage The Complete Guide For Brands And Businesses To Bulid Cultivate And Measure Success In The New Web* menjabarkan pengertian media sosial sebagai berikut :

Social Media Is ...

1. *A Platform For The Socialization Of Media*
2. *Then Online Tools That Facilitate Conversations*

3. *Connections Between Friends, Peers, And Influencers*
4. *Collaborations*
5. *The Redistribution Of Influence*
6. *A Call For Humanizing Personal And Audience And The Stories That Link Them Together*
7. *Compassionate*
8. *Words Pictures, Video, Chatter, Audio, And Also Experience Observation Opinions News And Insights*
9. *An Opportunity And A Privilege*

Arti dari diatas, media sosial adalah

1. Sebuah platform untuk media sosialisasi
2. Alat online yang memfasilitasi percakapan
3. Koneksi antara teman rekan dan infulencer
4. Kolaborasi
5. Redistribusi pengaruh
6. Sebuah panggilan untuk memanusiakan personal, penonton, dan cerita-cerita yang menghubungkan mereka bersama-sama
7. Pengasih kata-kata, gambar video, obrolan audio dan juga pengalaman pengamatan opini berita dan wawasan
8. Kesempatan dan hak istimewa.

2.2.2 Media Sosial dalam Prespektif Sosiologi

Sosiologi memfokuskan perhatian dan menganalisis interaksi atau hubungan antar manusia dalam suatu masyarakat, yaitu bagaimana mereka

berkomunikasi, berupaya mengatasi berbagai masalah yang ada, dan bekerja sama. Masalah-masalah didalam media sosial saat ini seperti *hatespeech*, *hoax*, *bullying*, *sexual harassment* yang muncul dan menjadi topik yang hangat ditengah masyarakat ini menunjukkan bahwa perkembangan masyarakat yang semula lebih sederhana menuju kondisi modernitas yang semakin kompleks (Juliswara, 2017). Masyarakat memasuki budaya baru yang belum sepenuhnya disadari kelebihan maupun kelemahannya. Fenomena-fenomena yang ada pada masyarakat saat ini adalah belum adanya pemahaman tentang bagaimana menggunakan media sosial dan mengambil sisi positifnya, serta bagaimana menghindari dampak negatifnya. Media sosial seolah-olah membawa masyarakat ke wilayah luas dan hampir tanpa batas dalam berinteraksi didalam ruang virtual tersebut.

Kondisi yang tanpa tatap muka namun cepat tersaji dalam mengantarkan pesan ini kemudian berkembang pesat bahkan cenderung berkembang secara liar. Kondisi ini kemudian dimanfaatkan oleh sebagian orang yang kurang bertanggung jawab guna menebarkan informasi atau untuk menyerang orang lain demi kepentingan diri atau kelompoknya. Kemunculan media sosial bukan saja menjadi sarana yang mudah untuk menghubungkan antar manusia namun juga mengakibatkan semakin mudah tersebarnya informasi palsu, komentar-komentar yang dituliskan tanpa memperdulikan etika masalah-masalah ini mungkin belum pernah sepenuhnya dibayangkan oleh para pakar teknologi informasi dan komunikasi karena pada awalnya kemunculan media sosial dimaksudkan untuk mempermudah komunikasi antar individu di berbagai belahan dunia. Dari sudut

pandang sosioogi keberadaan media sosial terutama kemunculannya telah mempengaruhi tata cara manusia dalam berkomunikasi, bersosialisasi, berteman, dan berinteraksi (Juliswara, 2017).

Berdasarkan konsep sosiologi yang memandang masyarakat sebagai kelompok manusia yang menghasilkan kebudayaan yang berkaitan dengan perkembangan peradaban masyarakat dalam konteks masalah-masalah yang muncul yang ada dalam media sosial seperti *hatespeech*, *hoax*, *bullying*, *sexual harassment* bahwa masyarakat dapat mengalami kemunduran moral yang dapat membahayakan peradaban khususnya bagi masa depan generasi muda. Masa depan apa yang akan didapatkan oleh anak-anak dan remaja yang sejak kecil telah menyaksikan bahkan mengakses media sosial yang terdapat fenomena-fenomena tersebut. Selanjutnya ada beberapa pengguna yang malah kebalasan dalam menyampaikan aspirasinya tanpa memperhatikan etika dan norma dalam berpendapat. Dengan mengatasnamakan kebebasan membuat pengguna media sosial atau *netizen* sering lupa diri sehingga tidak mengindahkan perkara etika dan moral dalam berkomunikasi melalui media sosial.

Menurut Dafiz medium komunikasi memiliki pengaruh yang sangat hebat bagi perubahan peradaban manusia sebagai pelaku pengguna media. Penggunaan media sosial dalam segala kegiatan dapat dikategorikan sebagai perubahan sosial karena mampu memunculkan gejala-gejala perubahan struktur sosial pada masyarakat, mengubah cara lama dengan efisiensi ruang dan waktu. Perubahan sosial berarti adanya perubahan pada struktur dan fungsi masyarakat, perubahan tersebut dapat diketahui dengan adanya modifikasi-modifikasi yang

terjadi dalam pola kehidupan manusia (Dalam, Naszir 2008). Dengan konsep tata ruang yang berbeda tetapi dapat dipertemukan melalui suatu alat yang bernama media sosial sebagai wadah mengkomunikasikan pesan. Di dalam ruang virtual atau maya penggunaan teknologi juga telah mengubah pola perilaku komunikasi di dalam masyarakat. Meskipun di dalam ruang virtual sekalipun, kondisi yang nyata dari suatu system kemasyarakatan yang didasari oleh interaksi sosial, stratifikasi sosial, kebudayaan, pranata sosial, kekuasaan tetap berlaku termasuk juga memungkinkan berlangsungnya suatu system kejahatan atau *cybercrime* yang ada pada dunia maya.

Media sosial memudahkan penggunaannya untuk berbagi informasi pada hakekatnya media sosial berfungsi untuk memberikan informasi, memberikan pendidikan berdasarkan makna dan signifikansi data atau informasi. Sebagai media untuk berdiskusi dan sebagai fasilitas untuk mengemukakan pendapat, namun pada kenyataannya bukan dipergunakan sesuai dengan fungsinya melainkan acapkali disalahgunakan dengan menimbulkan permasalahan yang ada didalam media sosial. Masyarakat seharusnya harus sadar bahwa media ibarat pisau bermata dua bisa digunakan untuk membangun masyarakat atau merusak masyarakat dengan dampak-dampak yang ditimbulkannya. Masyarakat harus sadar bahwa mereka berada di ruang virtual yang bisa diakses oleh banyak individu ketika berselancar didunia online. Sehingga segala tindakannya tidak bebas nilai lebih dari itu masyarakat juga harus sadar dengan peran strateginya. Karena setiap individu kini menjadi wartawan (*citizen journalist*) ketika mereka terlibat dalam aksi mencari menerima, mengolah, dan menyebarkan informasi.

Media sosial banyak digemari oleh masyarakat khususnya pada generasi milleneal saat ini dengan menghadirkan berbagai fitur atau fasilitas yang memberikan kesempatan bagi penggunanya untuk mendokumentasikan setiap aspek kehidupannya. Sebagai salah satu contoh yaitu platform instagram yang menawarkan kemudahan bagi para pengguna untuk berbagi foto dan video yang dilengkapi fitur-fitur tambahan seperti lokasi, live video, boomerang, atau bahkan melakukan percakapan pribadi disertai dengan berbagai emoticon menarik. Kekuatan transformatif yang dihadirkan oleh media sosial ini menjadi salah satu jawaban atas maraknya penggunaan media sosial pada kalangan masyarakat. Media sosial dirasa menjadi salah satu sarana bagi remaja untuk mengumpulkan kepercayaan diri serta dukungan dari lingkungannya (Dalam Rosyidah, 2018).

Media sosial dalam penggunaannya berdampak lunturnya nilai-nilai yang ada didalam masyarakat, belum adanya aturan dan nilai-nilai baru yang berfungsi sebagai pedoman yang membatasi perilaku pengguna dalam berinteraksi di media sosial dan menjadikan perilaku yang menyimpang banyak dilakukan pada ruang-ruang komunikasi virtual tersebut. Penggunaan media sosial juga mengakibatkan berubahnya gaya komunikasi dan karakteristik penggunanya seperti memanggakan diri sendiri secara berlebihan atas apa yang dimilikinya. Beberapa pengguna cenderung menjadi pengguna yang aktif dalam media sosial bahkan, seringkali memposting berbagai hal dari mulai kegiatan sehari-hari hingga ke permasalahan yang berbentuk privasi. Hal tersebut dilakukan sebagai ajang untuk menunjukkan keberadaan dirinya kepada dunia

luar. Para pengguna seringkali berlomba-lomba untuk menampilkan dan membuar branding tentang dirinya kepada dunia luar. Melalui berbagai fitur yang ada di media sosial mereka ingin menunjukkan dan mengarahkan pandangan orang lain bahwa mereka adalah seperti yang mereka gambarkan seperti yang disebutkan oleh Goffman (dalam Mulyana, 2011) terkait konsep Dramaturgi bahwa individu akan menampilkan dirinya sebaik mungkin. Ketika orang-orang berinteraksi mereka ingin menyajikan suatu gambaran diri yang akan diterima orang lain.

2.2.3 Etika Bermedia Sosial

THINK (True, Helpful, Illegal, Necessary, Kind) dapat dijadikan prinsip dasar yang sederhana untuk membantu kita menggunakan media sosial dengan cerdas (Dalam, bijakbersosmed.id 2018:15) :

1. *Is it TRUE* : apakah informasi atau konten yang diunggah atau akan dibagi adalah benar Banyak informasi yang beredar merupakan *hoax* (bohong) atau sudah disunting oleh banyak tangan. Kita harus mampu menelaah kebenaran isi media sosial tersebut. Misalnya dengan membiasakan mengecek ke beberapa sumber berbeda yang terpercaya seperti, situs berita, ensiklopedi, atau bertanya ketika memiliki mutual friend. Tidak semua profil dapat dipercaya.
2. *Is it Helpful* : Teknologi hendaknya digunakan untuk kebaikan dan bermanfaat bagi orang lain. Ketika kita mengunggah sebuah informasi, foto, atau video mari kita pikirkan apakah materi tersebut bermanfaat dan mungkin dapat menolong teman dan keluarga kita yang menerimanya.

3. *It is illegal* : Menyadari hak cipta, ketika kita akan memuat atau membagi tulisan atau foto sebaiknya menanyakan kembali. Apakah si empunya sudah menyetujui, membiasakan diri untuk menuliskan sumber materi yang ingin diunggah ke media sosial. Misalnya, kredit foto (nama empunya/sumber), sumber (nama situs/buku penulis). Meminta izin di media sosial dengan cara menulisi komentar atau mengirimkan pesan pribadi. Mengetahui juga bahwa ada yang dikategorikan termasuk dalam konten ilegal atau melawan hukum, contohnya konten yang mengandung pornografi, ujaran kebencian, penipuan hingga ancaman atau intimidasi.
4. *Is it Necessary* : Kita biasanya memiliki kecenderungan berbagi semua hal di media sosial. Kemana kita pergi, apa yang kita pikirkan, sampai terkadang tidak sadar ingin berbagi sesuatu yang bersifat pribadi. Kita sebaiknya berpikir lagi sedemikian perlukah kita mengunggah konten tersebut. Membuat skala prioritas misalnya, perlukah konten ini diunggah dari skala 1-10 dimanakah posisi konten ini. Jika kurang dari 5 maka pikirkan ulang keputusannya. Harus selalu mengingat bahwa apapun yang diunggah ke media sosial akan tetap berada disana. Jejak digital akan selalu tercatat dan dapat ditelusuri dengan mudah.
5. *Is it Kind* : Hal utama yang penting untuk selalu diingat adalah untuk selalu mengunggah hal-hal yang tidak jahat. Karena tidak ada gunanya memposting konten yang akhirnya hanya mencederai perasaan orang lain. Tidak hanya konten berupa teks, tetapi juga foto dan video. Sebagai individu kita harus

saling menghormati dan menghargai keberadaan netizen lain. Hidup terlalu pendek untuk dihabiskan hanya saling menyakiti.

A. Berikut Lima Panduan Dasar Dalam Menggunakan Media Sosial :

1. Menjaga privasi, tidak dengan mudah memberikan informasi data diri di sosial media
2. Jaga keamanan akun, membuat kata kunci yang cukup sulit untuk ditebak dan mengubahnya secara berkala.
3. Menghindari *hoax* tidak mudah percaya dengan berita yang diterima sebelum melakukan klarifikasi
4. Menyebarkan hal yang positif, tetaplah menyebarkan informasi-informasi positif sekalipun di media sosial yang sifatnya eksklusif.
5. Gunakan seperlunya, tetap menggunakan media sosial untuk membantu meningkatkan produktifitas diri dan sadari jika telah mengalami ketergantungan (Dalam, bijakbersosmed.id 2018:15).

2.2.4 Pentingnya Etika Dalam Bermedsos

Media sosial telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat Indonesia dengan peran sangat signifikan dalam komunikasi modern. Penggunaan internet serta perangkat teknologi komunikasi seperti tablet dan smartphone yang sangat marak menjadi salah satu pendorong pertumbuhan situs-situs jejaring baru pertemanan dan informasi. Hampir semua smartphone dijejali dengan lebih dari dua aplikasi media sosial yang semua dimanfaatkan oleh pemiliknya. Kemudahan dalam mengakses akun media sosial telah membuat media sosial tidak bisa dipisahkan dari kehidupan masyarakat. Mereka dapat melakukannya

dimana saja, kapan saja, dan tentang apa saja. Media sosial telah menjadi backbone (tulangpunggung) dalam komunikasi abad digital ini. Akan tetapi selain dampak positif yang ditimbulkan akibat fungsi dan tujuannya. Media sosial juga memunculkan sisi negatif, kelam, dan menyimpang dari hubungan komunikasi. Media sosial yang seharusnya difungsikan untuk tujuan baik, telah dimanfaatkan untuk kepentingan-kepentingan jahat. Saat ini, bermuculan modus-modus kejahatan yang memanfaatkan media sosial begitu marak. Berupa fitnah, caci maki, terror, penipuan, penjatuhan serta penghinaan pihak lain, penculikan hingga saling adu argument yang tidak didasari dengan kepatutan serta kewajaran. Semua fenomena negative tersebut ditandai dengan pelanggaran nilai-nilai etika berkomunikasi (Dalam Kemendari, 2014).

Pada prinsipnya setiap kita melakukan komunikasi baik secara langsung dengan bertatap muka maupun tidak langsung melalui perangkat komunikasi, kaidah-kaidah berkomunikasi yang baik tetap harus dijunjung tinggi. Tatanan sosial yang terbangun dari komunikasi era digital melalui media sosial sebagai tulang punggungnya akan rusak dan destruktif apabila penggunaan media sosial tidak didasarkan pada etika berkomunikasi yang baik. Ketika masyarakat sedang berkomunikasi, pada dasarnya mereka sedang menciptakan sendi-sendi trust atau rasa saling percaya. Hal itu muncul dengan sendirinya karena pihak-pihak yang berkomunikasi menjunjung tinggi nilai-nilai etika. Etika sendiri adalah kesadaran dan pengetahuan mengenai baik dan buruk atas perilaku atau tindakan yang akan dilakukan oleh manusia. Dalam kehidupan bersosial di masyarakat, istilah etika dikaitkan dengan moralitas seseorang. Orang yang tidak memiliki etika yang baik

sering disebut tidak bermoral karena tindakan dan perkataan yang diambil tidak melalui pertimbangan baik ataupun buruk. Kata etika dan moral juga sering dikaitkan dengan dunia pendidikan karena menyangkut pertimbangan akan nilai-nilai baik yang harus dilakukan dan nilai-nilai yang harus dihindari. Tidak adanya filter atau saringan pertimbangan nilai baik dan buruk merupakan awal dari bencana pemanfaatan media sosial di era gadget (Dalam Kemendari, 2014).

Etika berasal dari bahasa Yunani Kuno, pengajar dan pakar etika K. Bertens (dalam bukunya 2000 dalam Kemendagri 2014) menyebutkan bentuk tunggal kata etika yaitu *ethos*. Sedangkan bentuk jamaknya yaitu *etha*. *Ethos* memiliki beberapa arti yaitu tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kandang, kebiasaan/adat, akhlak, watak, perasaan, sikap, cara berpikir. Sedangkan arti *Etha* yaitu adat kebiasaan makna dari bentuk jamak itulah yang lebih dekat dengan istilah etika. Secara etimologis etika memiliki arti ilmu mengenai apa yang biasa dilakukan atau ilmu tentang adat kebiasaan K. Bertens berpendapat bahwa arti kata etika dapat meliputi :

1. Nilai dan Norma moral yang menjadi pegangan bagi seseorang atau suatu kelompok dalam mengatur tingkah lakunya. Yang dimaksud etika disini bukan etika sebagai ilmu. Melainkan etika sebagai system nilai. Sistem nilai ini dapat berfungsi dalam hidup manusia perorangan maupun taraf nasional.
2. Kumpulan asas atau nilai moral, contohnya seperti kode etik jurnalistik, kode etik kedokteran, dan lain-lain.
3. Ilmu tentang yang baik atau buruk. Menurut Bertens etika baru menjadi ilmu apabila kemungkinan etis (asas-asas dan nilai-nilai tentang yang dianggap

baik dan buruk) yang begitu saja diterima dalam suatu masyarakat dan sering kali tanpa disadari. Sehingga menjadi bahan refleksi bagi suatu penelitian sistematis dan metodis. Etika dalam hal ini dapat berarti filsafat moral (Dalam, Kemendagri 2014).

2.2.5 Sexual Harassment Terhadap Perempuan

Sexual harassment atau pelecehan seksual secara umum adalah segala macam bentuk perilaku yang berkonotasi atau mengarah kepada hal-hal seksual yang dilakukan secara sepihak dan tidak diharapkan oleh orang yang menjadi sasaran. Sehingga menimbulkan reaksi negatif seperti malu, marah, benci, tersinggung dan sebagainya pada individu yang menjadi korban pelecehan tersebut. Rentang pelecehan seksual ini sangat luas, yakni meliputi mata, sialan nakal, komentar yang berkonotasi seks atau gender, humor, porno, cubitan, colekan, tepukan atau sentuhan dibagian tubuh tertentu. Gerakan tertentu atau isyarat yang bersifat seksual, ajakan berkencan dengan iming-iming atau ancaman, ajakan melakukan hubungan seksual hingga perkosaan. Pelecehan seksual bisa terjadi dimana saja, kapan saja meskipun pada umumnya para korban adalah perempuan namun hal ini tidak berarti bahwa kaum laki-laki tidak pernah mengalami pelecehan seksual. Namun di Indonesia sendiri kasus pelecehan seksual, kekerasan seksual, pemerekoasaan masih mendominasi kaum perempuan sebagai korbannya.

Perempuan tidak lagi hanya berperan pada ranah domestik melainkan merambah ke ranah publik. Demikian ada saja potensi dominasi laki-laki pada perempuan. Termasuk dalam memenuhi kebutuhan seks fakta menunjukan masih

terjadinya pemaksaan, tindakan-tindakan seksualitas tingkat paling ringan dan yang terberat seperti perkosaan yang merupakan tindakan pelecehan seksual. Pelecehan seksual terhadap perempuan, khususnya perkosaan tidak lagi hanya dipandang sebagai masalah antar individu belaka melainkan merupakan problem sosial yang terkait dengan masalah hak-hak asasi manusia khususnya yang berkaitan dengan perlindungan dari segala bentuk penyiksaan, kekerasan, ketajaman, dan pengabaian martabat manusia (Dalam, Nursyandi 1995:18, Dalam, Supanto 2004:228-289).

Pelecehan seksual bisa terjadi kapanpun dan dimanapun seperti di bus, pabrik, supermarket, bioskop, kantor, hotel, trotoar baik siang maupun malam. Pelecehan seksual di tempat kerja seringkali disertai dengan janji imbalan pekerjaan atau kenaikan jabatan. Bahkan bisa disertai ancaman, baik secara terang-terangan ataupun tidak. Apabila janji atau ajakan tersebut tidak diterima akan berakibat pada korban yaitu kehilangan pekerjaan, tidak dipromosikan, atau dimutasi. Pelecehan seksual bisa terjadi tanpa ada janji atau ancaman namun dapat membuat tempat kerja menjadi tidak tenang ada permusuhan dan penuh tekanan. Beberapa contoh tindak pelecehan seksual yang terjadi antara lain :

- a. Tekanan langsung atau halus untuk tindakan seksual (berciuman, berpegangan tangan, berhubungan seksual) perilaku genit, gatal atau centil.
- b. Sentuhan yang tidak diundang atau kedekatan fisik yang tidak diundang atau menyorongkan alat kelamin atau dada kepada korbannya.
- c. Agresi fisik seperti ciuman atau menepuk bagian tubuh tertentu.

- d. Lelucon atau pernyataan yang menjurus, merendahkan jenis kelamin tertentu dan tidak pada tempatnya.
- e. Serangan seksual, gerak-gerik yang bersifat seksual, kasar atau obesefik atau menjijikan.
- f. Perhatian seksual yang tidak diundang dan tidak disukai serta tidak pada tempatnya.
- g. Merendahkan martabat seseorang secara langsung karena jenis kelamin mereka secara verbal maupun non verbal.
- h. Tuntunan berhubungan seksual untuk dapat naik jabatan atau tanpa ancaman.
- i. Gerak-gerik tubuh yang “sok akrab” secara fisik dan bersifat menjurus ke arah hubungan seks.
- j. Menunjukkan gambar seksual, selalu menatap atau melihat bagian tubuh tertentu.
- k. Membuat pernyataan atau komentar yang secara seksual bersifat eksplisit maupun tersirat.
- l. Membuat pernyataan yang merendahkan gender atau orientasi seksual orang (misalnya, merendahkan seseorang karena ia homoseksual atau waria).

Terdapat juga lima kategori pelecehan seksual, yang pertama pelecehan gender yang berupa ungkapan verbal atau perilaku merendahkan gender lain. Misalnya, mengatakan “apasih yang dapat dikerjakan perempuan dalam kasus semacam ini”. Kedua, Seduction berupa rayuan seksual yang diucapkan secara senonoh misalkan, tiba-tiba menelpon mengajak kencan atau menjadikan seseorang sasaran pembicaraan yang mengandung atau

dikaitkan dengan hal-hal seksual. Ketiga Bribery adalah merayu dengan disertai upaya “penyuapan” misalnya, janji akan diberi promosi kenaikan pangkat atau gaji, janji diluluskan ujian. Keempat sexual coercion yaitu memaksa atau mengancam dengan berbagai cara agar korban bersedia melakukan apa yang diinginkan. Kelima sexual imposition berupa perlakuan “menyerang” secara paksa sehingga korban tidak berdaya menolaknya, misalnya tiba-tiba mencium dan mendekap dari belakang (Dalam, Indrasty 2018).

Pada dasarnya, setiap manusia baik laki-laki atau perempuan keduanya sama-sama memiliki kapasitas untuk memberikan respon seksual. Melalui prespektif gender hal ini bisa dikaji dengan negosiasi antara laki-laki dan perempuan yang berlangsung dalam tindakan seksual. Dalam hal ini, perilaku seksual juga dipengaruhi oleh konstruksi sosial nilai-nilai budaya. Pada kalangan masyarakat sering menentukan bahwa laki-laki memiliki dorongan seksual yang kuat dan perempuan berkewajiban untuk melayani laki-laki. Hal ini juga berpengaruh bahwa di Indonesia sendiri masih menganut budaya patriarki. Bahwa didalam masyarakat patriarkat perempuan selalu berada pada posisi yang ter subordinasi dalam kehidupan seksual (Dalam, Suryandaru 2017). Selain itu streotipe masyarakat terhadap perempuan juga mempengaruhi akan terjadinya kekerasan seksual yang semakin meningkat. Masyarakat Indoensia sendiri masih mempercayai anggapa bahwa perempuan yang “nakal” lah yang menjadi korban pemerkosaan.

Banyak mitos yang berkembang seputar tindak pemerkosaan yang berhubungan dengan gagasan tentang anak perempuan yang baik dan anak perempuan yang nakal. Banyak orang percaya bahwa hanya anak perempuan yang nakal yang diperkosa, dan mereka yang diperkosa itu mungkin memang meminta untuk diperkosa (Dalam Richmond-about, 1992:164, dalam Putri 2014). Hal ini secara tidak langsung mempengaruhi pola pikir masyarakat mengenai label yang dilekatkan pada perempuan korban pemerkosaan. Terdapat pula stereotipe terhadap perempuan jika mengalami korban pelecehan seksual bawasannya perempuan itu mudah digoda, perempuan yang misalnya memakai baju minim atau seksi seakan-akan itu menjadikan alasan mereka menjadi korban pelecehan seksual. Selanjutnya budaya media (media culture) menunjuk pada suatu keadaan dimana tampilan audio dan visual atau tontonan telah membantu merangkai kehidupan sehari-hari, mendominasi proyek-proyek hiburan, membentuk opini politik dan perilaku sosial bahkan memberikan suplai materi untuk membentuk identitas seseorang (Dalam Kellner, 1996) dalam Yayan 2017).

Media cetak, radio, televisi, film, internet dan bentuk-bentuk akhir teknologi yang menyediakan definisi untuk menjadikan laki-laki atau perempuan membedakan status seseorang berdasarkan kelas, ras, maupun seks. Contohnya, perempuan dalam citra pergaulan ada hubungannya dengan citra perakuan. Anggapan tersirat bahwa perempuan merupakan alat pemuas kebutuhan laki-laki, kecantikan perempuan sepantasnya dipersembahkan kepada laki-laki lewat sentuhan, rabaan, pandangan, ciuman dan sebagainya.

Dalam beberapa iklan suplemen makanan dan ramuan tradisional pembangkit gairah seksual, kepuasan tidak hanya pada laki-laki tetapi juga berdampak pada diri perempuan yang merasa dihargai oleh laki-laki. Terdapat juga pada pemberitaan tentang kekerasan seksual, walaupun beberapa media telah mencoba menampilkan liputannya dengan menghormati perempuan yang menjadi korban. Misalnya, dengan menyembunyikan identitas dan dengan menjelaskan kejadian secara ringkas serta deskriptif saja, tetapi cukup banyak media lain justru melakukan kekerasan dengan pengobjekan perempuan korban kekerasan.

Media sering bersikap sangat tidak adil pada korban, dan lebih bersimpati pada pelaku. Berita kekerasan seksual ditampilkan dengan memaksimalkan imajinasi seksual, menaikan syahwat pembaca, mengobjekan perempuan yang telah menjadi korban. Media melakukan kekerasan seksual dalam meliput berita-berita kekerasan seksual. Selama ini banyak media yang mengeksploitasi perempuan sebagai objek seks yang pada akhirnya melahirkan masyarakat yang syarad dengan kekerasan terhadap perempuan. Artinya, media ikut andil dalam melanggengkan konsepsi yang merendahkan perempuan dan kekerasan terhadap perempuan. Fenomena lain yang bisa mengungkapkan adanya bias gender dalam media massa adalah maraknya terbitan media massa dengan isi yang lebih mengedepankan pornografi. Terbitan seperti ini di berbagai wilayah di Indonesia memenuhi tempat-tempat penjualan majalah dan surat kabar. Seperti diketahui, media massa yang demikian menjadikan perempuan

sebagai komoditas dan produk yang memiliki nilai jual tinggi. Para pengelola media massa ini melihat perempuan hanya sebatas barang dagangan, objek seksual, dan pemuas laki-laki.

Realitas ini semakin mempertegas asumsi tentang rendahnya kesadaran gender para pengelolaan media massa serta terbatasnya visi dan misi mereka tentang kesetaraan gender (Dalam, Suryandaru 2017). Dengan demikian perempuan menjadi condong untuk menjadi sasaran akan terjadinya *sexual harassment* dimana saja dan kapan saja entah itu di realitas sosial maupun di dunia maya (media sosial) karena beberapa stereotipe masyarakat, budaya patriarki, dan budaya media (*media culture*).

Sexual harassment yang terjadi pada perempuan yang kini semakin merambah ke dalam dunia maya. Hal ini juga dipengaruhi oleh budaya patriarki yang mendominasi di kehidupan masyarakat. Seperti yang dikatakan oleh Miriam Johnson bahwa asal-usul ketimpangan gender adalah berasal dari struktur keluarga patriarkis. Peran dan posisi laki-laki mendominasi daripada perempuan, sehingga fungsional perempuan tidak nampak baik dalam keluarga maupun masyarakat. Didalam keluarga patriarkis, perempuan mengasuh anak dengan berorientasi pada pengungkapan kasih sayang, mereka bertindak dengan kekuatan dan wewenang memberikan perasaan “kemanusiaan yang sama” baik kepada anak laki-laki maupun perempuan. Paksaan cultural dan kelembagaan mengharuskan perempuan lemah dan selalu mengalah dalam hubungan suaminya yang secara instrumental mengalami persaingan dalam mencari nafkah keluarga. Dengan melihat perempuan dalam

perannya sebagai “istri yang lemah”, anak-anak mulai belajar memuja-muja system patriarkis dan mendevaluasi sikap mental yang mengutamakan perasaan (Dalam, Ritzer 2014:383). Hal inilah yang menjadikan perempuan rentan terkena *sexual harassment* karena perempuan dianggap tidak berdaya dan lemah. Sehingga pelaku menganggap dengan kelemahan korban ia bisa melakukan *sexual harassment* dengan leluasa.

2.2.6 Instagram

Instagram adalah media yang memberikan kemudahan cara berbagi secara online oleh foto-foto, video, dan juga layanan jejaring sosial dapat digunakan pengguna untuk mengambil dan membagi ke teman mereka. Menurut situs instagram aplikasi instagram didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Aplikasi ini dirilis pada Oktober 2010 instagram merupakan aplikasi yang untuk berbagi foto atau gambar kepada teman-teman sesama pengguna instagram. Foto-foto di instagram dapat dijadikan kenangan untuk bisa dilihat untuk kedepannya, dapat mengekspresikan keadaan yang sedang terjadi dan telah terjadi. Pengguna media sosial instagram menginginkan reaksi dari teman-teman mereka dan saling memberikan komentar dan like dari foto maupun video yang diunggah (Dalam, Nasrullah dan Arifin 2016:236-237).

Instagram sama seperti jejaring sosial lainnya, namun lebih fokus kepada foto atau pengeditan foto. *Instagram* adalah jejaring sosial yang dapat digunakan sebagai salah satu wadah penyaluran bagi orang-orang yang memiliki minat tentang foto. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa

instagram adalah jejaring sosial yang digunakan sebagai tempat menyebarkan dan berbagi informasi, berinteraksi dengan banyak orang serta dapat mengenal lebih dekat dengan sesama pengguna *instagram* melalui foto-foto atau video yang diunggah. Dampak positifnya adalah bisa membantu bagi yang senang mengabadikan moment atau peristiwa di sekelilingnya melalui foto dan juga dapat menuangkan ide kreatif melalui foto atau mungkin sebagai media promosi dan informasi. Karena mengandalkan media visual tentu akan sangat bermanfaat dalam mencari informasi. Aplikasi ini berbeda dengan aplikasi pengeditan foto lainnya. Banyak orang menggunakan *instagram* karena selain mudah menggunakannya terdapat juga efek tambahan. Efek tersebut dapat memanipulasi wajah menjadi beda dari aslinya. Meski demikian, ada juga dampak positif yang ditimbulkan yaitu bisa merubah foto menjadi lebih bagus. Nilai tambahnya adalah kita bisa share foto *instagram* ke *facebook* atau *twitter* dengan satu langkah mudah. Juga bisa menjalin *network* dengan semua teman yang ada di *instagram*. Dampak negatifnya, terlalu banyaknya menggunakan efek *instagram* dapat memanipulasi orang yang melihatnya (Dalam, Nursalam dan Jamaludin 2016).

Menurut Bambang, *instagram* adalah sebuah aplikasi dari *smartphone* yang khusus untuk media sosial merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan *twitter*. Namun, perbedaannya terletak pada pengambilan foto bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya. *Instagram* juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunaannya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas karena *instagram*

mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistic dan menjadi lebih bagus (Dalam, Atmoko, 2012:10).

A. Fitur-fitur *instagram*

Banyaknya pengguna *instagram* tidak terlepas dari fasilitas atau fitur-fitur yang dimiliki oleh *instagram* tersebut. Secara berurutan, fitur-fitur *instagram* dikemukakan sebagai berikut :

1. Pengikut/*follower*, pengikut juga menjadi salah satu unsure yang penting dan jumlah tanda suka dari para pengikut sangat mempengaruhi apakah foto dapat menjadi sebuah foto yang populer atau tidak.
2. Mengunggah foto, kegunaan utama dari *instagram* adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya. Foto yang ingin diunggah dapat diperoleh melalui kamera *device* ataupun foto-foto yang ada di album foto *device*.
3. Kamera penggunaan, kamera melalui *instagram* juga dapat langsung menggunakan efek-efek filter foto yang ada untuk mengatur warna foto, tingkat kecerahan, saturasi, memotong foto dan sebagainya. Filter foto pada versi awalnya, *instagram* memiliki 15 efek foto (filter) yang dapat digunakan oleh para pengguna pada saat mereka hendak menyunting fotonya. Sebelum mengunggah sebuah foto, para pengguna dapat memasukkan judul atau caption untuk menamai foto tersebut sesuai dengan apa yang ada dipikiran para pengguna.
4. *Arroba*, seperti *Twitter* dan juga *Facebook*, *Instagram* juga memiliki fitur yang dapat digunakan penggunanya untuk menyinggung pengguna

lainnya dengan menambahkan tanda *Arroba* (@) dan memasukan nama akun instagram dari pengguna tersebut.

5. Label foto, bila para pengguna memberikan label pada sebuah foto maka foto tersebut dapat lebih mudah ditemukan. Label itu sendiri dapat digunakan di dalam segala bentuk komunikasi yang bersangkutan dengan foto itu sendiri.
6. Perlombaan, sebagai sebuah media untuk menggunggah foto salah satu kegunaan dari *instagram* adalah sebagai ajang lomba fotografi. Didalam perlombaan ini para penyelenggara lomba menggunakan tanda label untuk menandakan bahwa foto yang telah diunggah tersebut telah mengikuti lomba tersebut.
7. Publikasi kegiatan sosial, sebagaimana media sosial lainnya *instagram* menjadi sebuah media untuk memberitahukan suatu kegiatan sosial dalam cakupan lokal ataupun mancanegara. Cara yang digunakan untuk mengikuti hal ini adalah menggunakan label *instagram*.
8. Publikasi Organisasi, didalam *instagram* juga banyak organisasi-organisasi dan perusahaan-perusahaan yang mempublikasikan produk mereka. Contohnya saja seperti *Starbuck*, *Red Bull*, *Nike* dan lain-lain. Banyak dari produk-produk tersebut yang sudah menggunakan media sosial untuk memperkenalkan produk-produk terbarunya kepada masyarakat, mereka tidak harus mengeluarkan biaya sepeser pun untuk melakukan promosi tersebut.

9. *Geotagging*, setelah memasukan judul foto bagian selanjutnya adalah bagian *geotag*. Bagian ini akan muncul ketika para pengguna *instagram* mengaktifkan GPS mereka di dalam *device* mereka. Dengan demikian *device* tersebut dapat mendeteksi lokasi para pengguna *instagram* tersebut berada.
10. Jejaring Sosial, dalam berbagai foto, para pengguna juga tidak hanya dapat membaginya di dalam *instagram* saja. Melainkan foto tersebut dapat dibagi juga melalui jejaring sosial lainnya seperti *Facebook*, *Twitter*, *Foursquare*, *Tumbls*, dan *Flickr* yang tersedia di halaman *instagram* untuk membagi foto tersebut.
11. Tanda suka, *Instagram* juga memiliki sebuah fitur tanda suka yang fungsinya memiliki kesamaan dengan yang disediakan di *Facebook* yaitu sebagai penanda bahwa pengguna yang lain menyukai foto yang telah diunggah.
12. Popular, bila sebuah foto masuk ke dalam halaman popular yang merupakan tempat kumpulan dari foto-foto popular dari seluruh dunia pada saat itu. Secara tidak langsung foto tersebut akan menjadi hal yang dikenal oleh masyarakat mancanegara sehingga jumlah pengikut juga dapat bertambah lebih banyak.
13. Peraturan *Instagram*, sebagai tempat untuk mengunggah foto-foto dari masyarakat umum, ada beberapa peraturan terendiri dari *instagram* agar para pengguna tidak mengunggah foto-foto yang tidak sesuai dengan peraturan.

14. Penandaan foto, dengan bendera menandai foto dengan sebuah bendera berfungsi bila pengguna ingin melakukan pengaduan terhadap penggunaan *instagram* lainnya. Hal ini dilakukan bila sebuah foto mengandung unsur pornografi, ancaman, foto curian ataupun foto yang memiliki hak cipta.

15. *Instagram story*, banyaknya pilihan fitur dalam *instagram* menjadi unsur yang mampu menarik minat masyarakat untuk menggunakannya. Siapa saja dan dimana saja jika terakses dengan internet dapat berbagi pesan baik yang berbentuk verbal dan non verbal. Melalui media sosial *instagram* seseorang juga dapat menggunakan media sosial *instagram* untuk melakukan aktifitas sosial maupun ekonomi dan aktifitas lainnya untuk memenuhi kebutuhan guna mendapatkan kepuasan (Dalam, *Instagram*- Wikipedia Bahasa Indonesia, Ensiklopedia bebas).

2.2.7 Netizen dalam Dunia Maya

Seiring dengan berkembangnya media sosial di kalangan masyarakat kita juga sering mendengar banyak istilah-istilah baru yang muncul seperti meme lucu, *viral*, *booming*, *netizen*, *hoax* dan lain sebagainya. Salah satunya ialah *netizen* ini, ada banyak orang di internet yang menyebut dirinya *netizen*. Akhir-akhir ini pengguna internet semakin meningkat dengan intensitas yang sangat jauh dari beberapa tahun ke belakang. Dengan semakin banyaknya pengguna di internet otomatis semakin banyak pula *netizen* alias *internet citizen* yang tambah eksis di dunia maya. Positifnya dengan semakin berkembangnya di dunia maya, segala informasi semakin mudah tersebar

meskipun pasti tetap ada pula efek negatif dari perkembangan internet tersebut.

Netizen adalah berasal dari gabungan kata internet dan *citizen* (warga penduduk) sedangkan *netizen* adalah pengguna internet atau juga disebut-sebut sebagai penghuni yang aktif terlibat di komunitas *online* di internet (Dalam, Rusmina 2018). Aktivitas itu bisa bermacam-macam jenisnya dari sekedar berbincang-bincang dan untuk bersenang sampai aktivitas yang menuntut perubahan di dunia maya atau bahkan di dunia nyata. Secara etimologis kata *netizen* berasal dari perpaduan dua kosakata Bahasa Inggris yaitu internet dan *citizen*. Bila diterjemahkan dalam Bahasa Indonesia, internet adalah akses pada dunia maya dan *citizen* berarti warga. Maka dari gabungan dua kosakata tersebut diperoleh arti *Netizen* secara singkat yaitu warga dunia maya (Dalam, Yanti 2016, dalam Rusmina 2018).

Pada umumnya *netizen* adalah mereka yang mengakses dan menggunakan jaringan internet. Mereka juga saling berkolaborasi dan bertukar aspirasi di dunia maya. Misalnya, melalui platform media sosial *instagram*, *facebook*, *twitter*, dan sebagainya. Beberapa platform media sosial itu maka akan muncul juga ruang publik didalam ruang publik tersebut seiring berkembangnya internet maka ruang publik tidak hanya menyangkut ruang yang berbentuk fisik. Seperti warung kopi, taman, lapangan tetapi juga ruang dimana proses komunikasi bisa berlangsung. Misalnya, dari ruang publik yang tidak bersifat fisik ini adalah media sosial tersebut. Melalui fitur komentar dan *chatting room* yang terdapat di beberapa platform media sosial tersebut

menciptakan ruang publik dimana proses komunikasi tersebut berlangsung. Pada fitur komentar, misalnya di *instagram*, khalayak bebas untuk menuliskan komentar atas unggahan foto yang diupload oleh pemilik akun tanpa ada syarat-syarat berkomentar. Namun komentar yang ditulis oleh *netizen* harus mempunyai akun pengguna didalam media sosial *instagram* maupun platform media sosial lainnya (Dalam, Dewanti 2014).

Netizen juga dapat mengisi kolom komentar dengan berbagi simbol animasi dan tanda suka yang bergambar “love” dalam fitur *instagram*. Jika menyukai atas postingan yang diunggah maka gambar *love* tersebut diklik dan akan otomatis berubah menjadi warna merah hati. Namun komentar *netizen* dalam kolom komentar media sosial tidak semua menggunakan etika bahasa yang baik kebanyakan *netizen* akan memberikan komentar yang sesuai pendapat sendirinya seperti salah satunya berkomentar yang mengarah pada *sexual harassment* atau pelecehan seksual dan mayoritas komentar yang seperti itu dituliskan dalam postingan foto perempuan atau akun perempuan di *instagram*.

2.2.8 Peraturan Undang-Undang di Bidang Media Sosial

Platform media sosial saat ini begitu beragam, sehingga masyarakat dapat mengakses dengan mudah dan memanfaatkannya untuk menjalin interaksi sosial di dunia maya. Demikian dengan mudahnya interaksi sosial yang muncul melalui media sosial maka komunikasi dua arah bisa menjadi bersifat privat maupun terbuka. Pada ruang terbuka tersebut sering tidak disadari oleh masyarakat bahawa ada norma-norma yang mengikat interaksi

tersebut. Salah satu norma yang berimplikasi pada ruang sengketa adalah norma hukum. Adanya Kitab Undang-undang Hukum Pidana Pasal 310 Ayat (1) juncto Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Pada dasarnya menjadi rambu-rambu dalam interaksi sosial melalui internet. UU ITE mengatur berbagai perlindungan hukum atas kegiatan yang memanfaatkan internet sebagai mediannya baik transaksi maupun pemanfaatann informasinya. Pada UU ITE juga diatur berbagai ancaman hukuman bagi kejahatan melalui internet. Sedangkan dalam KHUP, khususnya Pasal 310 Ayat (1) juga diatur masalah pencemaran nama baik (Dalam, Wibowo 2019).

Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik atau Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 atau UU ITE adalah UU yang mengatur tentang informasi serta transaksi elektronik atau teknologi informasi secara umum. UU ini memiliki yuridiksi yang berlaku untuk setiap orang yang melakukan perbuatan hukum sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini, baik yang berada di wilayah hukum Indonesia maupun di luar wilayah hukum Indonesia yang memiliki akibat hukum di wilayah hukum Indonesia dan atau diluar wiliyah Indonesia dan merugikan kepentingan Indonesia. Asas UU ini adalah dilaksanakan berdasarkan asas kepastian hukum, manfaat, kehati-hatian, itikad baik dan kebebasan memilih teknologi atau netral teknologi (Dalam, bijakbersosmed.id 2018:27).

Secara umum, materi Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dibagi menjadi 2 bagaian besar, yaitu pengaturan

mengenai informasi dan transaksi elektronik dan mengenai pengaturan perbuatan yang dilarang. UU ITE berlaku untuk setiap orang yang melakukan perbuatan hukum, yang berada di wilayah Indonesia maupun di luar wilayah Indonesia yang memiliki akibat hukum di Indonesia. Termasuk didalamnya terdapat pengaturan nama domain dan hak kekayaan intelektual. Berikut pasal-pasal yang mengatur kasus dalam UU ITE (dalam, bijakbersosmed.id 2018:28) :

1. Perbuatan yang dilarang (*cybercrime*) dan dijelaskan pada Bab VII (Pasal 27-37)
2. Pasal 27 (Asusila, Perjudian, Penghinaan, Pemerasan)
3. Pasal 28 (Berita bohong dan menyesatkan, berita kebencian dan permusuhan)
4. Pasal 28 (Ancaman Kekerasan dan Menakut-nakuti)
5. Pasal 30 (Akses computer pihak lain tanpa izin)
6. Pasal 31 (Penyadapan, perubahan, penghilangan informasi)
7. Pasal 32 (Pemindahan, perusakan, dan membuka informasi rahasia)
8. Pasal 33 (Virus, membuat system tidak bekerja)
9. Pasal 35 (Menjadikan seolah dokumen otentik)

Sementara itu dalam konteks di Indonesia, apabila ada ekspresi yang bersifat menghina atau mencemarkan nama baik di media sosial menggunakan dasar pengaduan dengan Undang-undang ITE. Aturan yang kemudian dirujuk adalah Pasal 27 Ayat (3) Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Pasal ini terdiri atas 4 ayat yang menyatakan perbuatan-perbuatan yang

dilarang berdasarkan ketentuan Undang-undang ITE. Perbuatan-perbuatan yang dilarang tersebut meliputi :

- (1) Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan atau mentransmisikan dan atau membuat dapat diaksesnya informasi elektronik yang memiliki muatan yang melanggar kesusilaan.
- (2) Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan atau mentransmisikan dan atau membuat dapat diaksesnya informasi elektronik dan atau dokumen elektronik yang memuat perjudian.
- (3) Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan atau mentransmisikan dan atau membuat dapat diaksesnya informasi elektronik dan atau dokumen elektronik yang memiliki muatan penghinaan atau pencemaran nama baik.
- (4) Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan atau mentransmisikan dan atau membuat dapat diaksesnya informasi elektronik dan atau dokumen elektronik yang memiliki muatan pemerasan dan atau pengancaman perbuatan-perbuatan yang dilarang berdasarkan ketentuan dalam Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik memang tidak secara spesifik hanya diatur dalam pasal 27.

Perbuatan-perbuatan yang dianggap melanggar dalam UU ITE adalah bagian dari bab VII UU ITE yang terdiri atas pasal 27, pasal 28, pasal 29, pasal 30, pasal 31, pasal 32, pasal 33, pasal 34, pasal 35, pasal 36, pasal 37. Akan tetapi penekanan berkaitan dengan perbuatan yang dilarang dan kaitannya dengan kebebasan berekspresi di Indonesia dengan tuduhan

pencemaran nama baik tercantum dalam pasal 27 khususnya ayat (3). Pelanggaran atas pasal 27 ini akan menimbulkan sanksi sebagaimana yang diatur dalam pasal 45 ayat (1) UU ITE tentang ketentuan pidana. Pasal 45 UU ITE ini menyebutkan “Setiap orang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam pasal 27 ayat (1), ayat (2), ayat (3), atau ayat (4) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan atau denda paling banyak Rp. 1.000.000.000 (satu miliar rupiah) (Dalam, Nurlatifah 2016:7).

2.3 Kerangka Teori

A. Teori Masyarakat Jaringan Manuel Castell “Network Society” dan Teori Ruang Henri Lefebvre “The Production of Space”

Manuel Castells menyebutkan bahwa tugas dari sosiologi di era globalisasi terutama didorong oleh kemajuan teknologi komunikasi dan informasi adalah mempelajari proses pelebagaan, organisasi, serta perubahan pada suatu masyarakat yang baru yang mungkin bisa dimulai dari pembacaan atas struktur sosialnya atau apa yang oleh Castells disebut dengan masyarakat jejaring (network society) (Dalam, Fansuri 2012) . Lebih lanjut Castells melihat dimensi-dimensi utama dari perubahan sosial tersebut yang secara bersamaan menyatu dalam interaksi sosial di masyarakat dan merupakan struktur sosial yang baru sebagai faktor yang mendasari lahirnya “masyarakat baru” (*new society*). Castells dengan itu menjabarkan 3 dimensi sosial yang melandasi terbentuknya masyarakat baru tersebut yang dinamakan masyarakat jejaring :

1. Paradigma teknologi baru yang didasari oleh penyebaran teknologi informasi, dengan mengikuti Claude Fischer (1992) ia memahami teknologi sebagai

budaya material ibarat proses sosial yang inheren dalam masyarakat bukan sebagai faktor eksternal yang mempengaruhi masyarakat.

2. Globalisasi yang dipahami sebagai peningkatan kapasitas teknologi, organisasi, serta kelembagaan dari komponen ini system tertentu (semisal, ekonomi) sehingga bisa bekerja pada satu waktu yang bersamaan dan menjangkau skala luas mencakup seluruh jagat raya.
3. Wujud manifestasi budaya yang dominan pada sebuah *hypertext* yaitu interaksi lewat perantara media elektronik yang menjadi acuan dalam pengolahan simbolis dari semua sumber dan pesan.

Jika dahulu teks standart menjadi acuan utama pada penyampaian pesan maka *hypertext* bermakna juga multi-teks yaitu meliputi gambar, suara, audio visual. Castells mencontohkan internet yang jumlag penggunaanya berkembang sangat pesat dari tahun ke tahun yang telah menghubungkan individu serta kelompok antara diri mereka sendiri dan berbagi ke *hypertext* multimedia. *Hypertext* ini merupakan tulang punggung dari budaya baru, yaitu budaya virtualitas yang nyata dimana virtualitas menjadi komponen dasar dari lingkungan simbolik di sekitar kita, sehingga dengan demikian membentuk pengalaman kita sebagai mahluk yang terus berkomunikasi.

Menurut Castells, bahwa munculnya teknologi informasi adalah kondisi pendorong utama bagi lahirnya masyarakat jaringan, meskipun bukan faktor satu-satunya Teknologi informasi telah mendorong lahirnya jaringan informasi. Ini menjadikan kita berada dalam jaman informasi. Yang dimaksud Castells (2000: 5-6) (Dalam, Habibi 2011:104) dengan jaman informasi adalah :

“....a historical period in wich human societies perform their activities in a technological paradigm constituted around micro-electronic-based-information/communication technologies and genetic engineering”.

Jaringan informasi pada gilirannya telah mengubah persepsi manusia terhadap ruang dan waktu (2003:13-14). Terjadi redefinisi terhadap dua konsep itu, waktu kini dibuat menjadi tidak terbatas. Di satu sisi waktu ditekan untuk menghasilkan sesuatu secara serba instan. Slogannya menjadi *“time is money”*, sementara di sisi lain waktu dibuat tidak berurutan menjadi pola acak. Redefinisi juga terjadi pada ruang, ruang kini dibuat menjadi tidak berarti dengan hadirnya teknologi informasi. Video conference, chatting telah digunakan secara meluas di berbagai bidang kehidupan untuk memangkas ruang. Redefinisi ruang dan waktu yang dimungkinkan oleh lahirnya teknologi informasi inilah yang menjadikan logika jaringan tertanam sebagai karakter menonjol dalam masyarakat kontemporer.

Menurut Lefebvre mengatakan bahwa ruang dapat memainkan berbagai peran dalam dunia sosio-ekonomi. Pertama, dia dapat mengambil peran salah satu kekuatan reproduksi (yang lainnya, kekuatan yang lebih tradisional adalah pabrik, alat, mesin). Kedua, ruang itu sendiri dapat menjadi komoditas luas yang dikonsumsi seperti (misalnya, oleh turis yang mengunjungi *Disneyland*) atau dapat dikonsumsi secara produktif (misalnya, tanah untuk tempat pabrik dibangun) (Dalam, George Ritzer 2014:205). Henri Lefebvre (1991) menyatakan bahwa aktivitas produksi manusia tidak hanya menciptakan produk-produk

kebudayaan seperti system sosial dan barang-barang konsumsi. Ruang juga merupakan sebuah produk dari sebuah kebudayaan, menurut Lefebvre ruang sosial adalah produk sosial. Setiap relasi sosial pasti melakukan ruang-ruang yang spesifik dengan kebutuhan produksinya. Oleh karena aktivitas produksi manusia merupakan sebuah bentuk relasi sosial, maka ruang juga merupakan sebuah produk sosial (Dalam, Nugraha 2013).

Lefebvre (1991) lantas mengajukan konsep triadic atas produksi ruang, yaitu :

1. Praktik Spasial : konsep ini menunjuk dimensi material dari kegiatan sosial dan interaksinya. Klasifikasi spasial menekankan aspek aktivitas yang simultan. Secara konkret, praktik spasial merupakan jaringan interaksi dan komunikasi yang muncul dalam kehidupan sehari-hari (misalnya, koneksi sehari-hari antara tempat kerja dan hunian) atau dalam proses produksi (produksi dan hubungan pertukaran).
2. Representasi ruang : representasi ruang ini memberikan gambaran atau konseptualisasi sehingga sesuatu didefinisikan sebagai ruang. Representasi ruang muncul pada tingkat wacana, dia muncul dalam bentuk-bentuk yang diucapkan seperti deskripsi, definisi, dan terutama teori ruang. Lefebvre memberi contoh representasi ruang ini bisa dilihat pada peta, gambar rencana ruang, informasi dan notasi dalam gambar ruang. Ilmu khusus yang berkaitan dengan representasi ruang ini adalah arsitektur, desain interior, perencanaan wilayah dan juga ilmu-ilmu sosial (dalam hal khususnya geografi).

3. Ruang representasi : Dimensi ketiga dari produksi ruang merupakan kebalikan dari “representasi ruang”. Ruang representasi menyangkut dimensi simbolik ruang. Ruang representasi tidak mengacu pada ruang itu sendiri tetapi pada sesuatu yang lain. Seperti kekuatan, adat kodrati, pikiran, Negara, prinsip maskulin atau feminisme, dan sebagainya. Dimensi produksi ruang ini mengacu pada proses pemaknaan yang menghubungkan dirinya dengan simbol. Simbol ruang bisa diambil dari alam, seperti pohon atau formasi topografi yang menonjol atau bisa pula artefak, bangunan, dan monument. Mereka juga bisa mengembangkan dari kombinasi keduanya misalnya, sebuah lanskap (Dalam, Setiawan 2017).

